

Arbeiten mit KI im Vertrieb

Wie betrachten Verkaufsprofis den Einsatz von KI im Vertriebsprozess?

Bei jeder neuen technologischen Entwicklung dauert es eine Weile, bis sich das Verhalten von Menschen und Organisationen an die neuen Möglichkeiten anpasst.

Diese Studie bietet Einblicke, wie KI-Technologie aktuell von Verkaufsprofis im B2B-Sektor genutzt wird. Der Fokus liegt darauf, wo im Vertriebsprozess KI zum Einsatz kommt und welche Fähigkeiten und Kompetenzen erforderlich sind, um sie erfolgreich zu integrieren.

Durch Interviews mit Vertriebsexperten wurden Einblicke in ihre aktuellen Erfahrungen mit KI-Tools, die Herausforderungen, denen sie gegenüberstehen, und ihre Sicht auf zukünftige Entwicklungen gewonnen.



Arbeiten mit KI im Vertrieb

Aktivitäten im Verkaufsprozess

Insgesamt wurden 15 Account und Sales Manager aus Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branchen interviewt. Zur Strukturierung der Gespräche diente der Sales Funnel nach Paschen et al. (2020). In Tabelle 1 sind die einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses sowie die Einsatzmöglichkeiten von KI und der Mehrwert durch den einzelnen Vertriebler dargestellt.

Aus den Gesprächen geht vor allem hervor, dass der Fokus auf effizienterem Arbeiten liegt. Durch die Analyse der Vertriebsphasen lassen sich gezielte Zeitersparnisse identifizieren. Basierend auf dieser Untersuchung scheint dies insbesondere in den Phasen „Prospecting“ und „Beziehungsaufbau“ der Fall zu sein.

Tabelle 1

Stufe im B2B Marketing und Verkaufsprozess	Traditionelle Marketing- und Vertriebsaufgaben	KI-Mehrwert für traditionelle Marketing- und Vertriebsaufgaben	Menschlicher Mehrwert bei KI-gesteuerten Marketing- und Vertriebsaufgaben
(1) Prospecting	Lead-Generierung: Finden potenzieller Kunden	Erstellung von Interessentenprofilen (strukturierte und unstrukturierte Daten)	Interpretation von Interessentenlisten und Ungereimtheiten erklären
	Lead-Qualifizierung: Bewertung der Kaufbereitschaft der Interessenten	Prädiktive Lead-Qualifizierung	Überprüfung der Qualifikation und Einordnung in geschäftlichen Kontext
		Modelle zur Lead-Generierung und Lead-Qualifizierung Aktualisierung durch maschinelles Lernen	
(2) Beziehungsaufbau und (3) Relationship Management	Lead Nurturing: weitere Informationen zur Sammlung von Leads und zur Kontaktaufnahme	Werbung und Retargeting: personalisierte und maßgeschneiderte Botschaften und Kanäle	Werbung, Retargeting und Content-Kuratierung überwachen
		Kuratierung von Inhalten	Beziehungsaufbau mit optimaler Integration von KI-Agenten
		Kontaktaufnahme über digitale Agenten (z.B. Chatbots)	
(4) Präsentation	Kommunikation Problemlösungseigenschaften, Angebotserstellung (z. B. Prototyp, Anwendungsfälle, Simulation)	KI-gesteuertes Prototyping und Angebotserstellung	Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufbauen
			Persönliche Beantwortung von Fragen
			Emotionen interpretieren und wirksam reagieren
(5) Einwandbehandlung und (6) Abschluss	Verhandlungen führen und Widerstände überwinden	Wettbewerbsinformationen zusammenstellen (z.B. für Verkaufsargumente)	Produktvorteile kommunizieren
		Dynamische Preisgestaltung	Vertrauen und Glaubwürdigkeit weiter ausbauen
			Emotionen interpretieren und wirksam reagieren
			Überzeugende Kommunikation und Nutzung menschlicher Stärke (Stimme, Körpersprache, etc.)
(7) Follow-Up	Bearbeitung des aktuellen Auftrags	Automatisierung von Arbeitsabläufen	Auftragsbearbeitung und -abwicklung
	Nachbereitung der Bestellung	Automatisierung des Versandhandels (z. B. Chatbots)	Stärkung der Beziehungen
	Upselling und Cross-Selling	Erstellung von Kundenprofilen (strukturierte und unstrukturierte Daten), um neue Bedürfnisse zu verstehen	Persönliches Nachfassen und After-Sales Service
			Neue Bedürfnisse wecken und Unstimmigkeiten klären

Anmerkung: Tabelle übernommen aus Doing research! (S. 115) von T.Fischer und M. Julsing, 2019, Noordhoff Publishers. Copyright 2019, Noordhoff Publishers.

Arbeiten mit KI im Vertrieb

Wichtige KI-bezogene Kompetenzen und Fähigkeiten

Dass sich Vertriebsprofis kontinuierlich weiterentwickeln, ist unbestritten. Trotz aller Prognosen über die Entbehrlichkeit des Vertriebs zeigt sich vielmehr eine evolutionäre Entwicklung der Berufsgruppe (Renkema et al., 2023). Die Interviews haben die folgenden Kernkompetenzen und Fähigkeiten identifiziert, die Vertriebsprofis gezielt weiter ausbauen können.

Grundlegendes Wissen über KI-Tools

Ein grundlegendes Verständnis darüber, wie KI-Tools wie ChatGPT, Gong, Clay und andere funktionieren und welche Möglichkeiten sie bieten, ist für Vertriebsprofis unerlässlich. Dieses Wissen hilft, KI zu verstehen und ihre Einsatzmöglichkeiten in eigenen Prozessen zu erkennen. Ein praktischer Einstieg hierfür ist der Bericht „KI für Vertriebsprofis“ von Mercuri International.

Analytische Fähigkeiten

KI liefert eine Vielzahl an Daten. Um diese effektiv zu nutzen, müssen Fachkräfte in der Lage sein, Daten zu analysieren und zu interpretieren. Dazu gehört die Bewertung von KI-generierten Erkenntnissen und Ergebnissen, um Vertriebspraktiken und -strategien gezielt anzupassen.

Anpassungsfähigkeit und Flexibilität

Die rasante Entwicklung von KI-Tools eine kontinuierliche Anpassung an neue Technologien. Der Einsatz kleinerer Pilotprojekte in Teilbereichen bietet schnellere und präzisere Einblicke als groß angelegte Vorhaben.

Aktueller Stand der Nutzung von KI

Die Erfahrungen der Vertriebsmitarbeiter mit KI-Tools sind sehr unterschiedlich. Nur vier der Befragten haben KI bereits in den Großteil ihrer Arbeitsprozesse integriert. Die anderen sind noch in der Test- und Einführungsphase. Am häufigsten wird ChatGPT als Tool genannt, das vor allem zur Gestaltung von Kundeninteraktionen genutzt wird. Alle Befragten betonen jedoch, dass sie KI lediglich als Grundlage nutzen und stets ihre „eigene Note“ hinzufügen.

Vertriebsprofis nutzen KI vor allem zur Optimierung bestehender Prozesse, weniger für grundlegende Veränderungen. So werden KI-Tools häufig dafür eingesetzt, administrative Aufgaben zu beschleunigen oder automatisch Kundeninformationen zu generieren. Der Einsatz von KI für veränderte Vertriebsprozesse oder strategische Entscheidungen bleibt hingegen sehr begrenzt.

Die Analyse und Segmentierung von Kundendaten wird als eine der schwierigsten Aufgaben genannt. Dies hilft bei der Identifizierung potenzieller Kunden und der Optimierung der Lead-Generierung, aber viele der Daten, die von KI-Tools stammen, müssen weiter verarbeitet werden. Hier können Vertriebsmitarbeiter von einer Schulung in Datenanalyse profitieren, um das Kundenverhalten besser zu verstehen.

"Um KI effektiv zu nutzen, ist es wichtig zu verstehen, wie KI funktioniert und wie sie eingesetzt werden kann. Dazu gehört das Experimentieren mit KI-Tools und "Learning by doing", wobei Erfahrung und Selbststudium eine große Rolle spielen".

Arbeiten mit KI im Vertrieb

Entwicklungsbedarf von Verkaufsprofis

Der Bedarf an gezieltem Training in KI-Fähigkeiten ist hoch. Die Interviews zeigen eine starke Nachfrage nach Schulungen in Datenanalyse, der Nutzung spezifischer Tools und dem Verständnis, wie KI zur Erreichung strategischer Verkaufsziele beitragen kann.

Angesichts der fortschreitenden Entwicklung von KI ist es schwierig, konkrete Antworten auf organisationsspezifische Fragen zu finden. Viele Vertriebsmitarbeiter greifen daher auf ihr persönliches Online-Netzwerk zurück.

Vertriebsprofis, die bereits KI-Schulungen absolviert haben, berichten von einer effektiveren Nutzung der Tools. Dennoch bleibt die Integration dieser Fähigkeiten in den Arbeitsalltag eine Herausforderung – insbesondere ohne Unterstützung oder Möglichkeiten, verschiedene Tools praktisch zu erproben.

Erwartungen an Kundenpräferenzen und Anpassung

Vertriebsmitarbeiter wissen, dass Kunden zunehmend Wert auf Effizienz und personalisierte Erlebnisse legen. Die Erwartungen an Geschwindigkeit und Genauigkeit steigen weiter, wodurch der Einsatz von KI für die Wettbewerbsfähigkeit immer wichtiger wird. Gleichzeitig erwarten Kunden weiterhin eine persönliche Ansprache. Dies unterstreicht die Bedeutung eines hybriden Modells, in dem KI und menschliche Interaktion miteinander kombiniert werden. Laut der Befragten kann die KI-gestützte Zusammenfassung der Kundengespräche hier eine interessante Möglichkeit darstellen.

Vertriebsprofis schätzen KI derzeit als wertvolle Unterstützung, insbesondere zur Automatisierung von Aufgaben und zur Optimierung der Kundeninteraktion. Doch fehlendes Wissen, Akzeptanzhürden und hohe Kosten erschweren die vollständige Implementierung. Die zukünftige Entwicklung hängt davon ab, wie zugänglich spezifische Schulungen sind und inwieweit Unternehmen in Technologie und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sowohl Kunden als auch Vertriebsprofis ein hybrides Modell bevorzugen, bei dem KI die menschliche Interaktion ergänzt.

Während 2020 die meisten Vertriebsprofis KI vor allem als unterstützendes Tool im Verkaufsprozess sahen, zeigt sich inzwischen eine Verschiebung hin zur vollständigen Übernahme bestimmter Aufgaben durch KI. Wie genau ein Hybridmodell in Zukunft aussehen wird, lässt sich heute jedoch nur schwer vorhersagen.

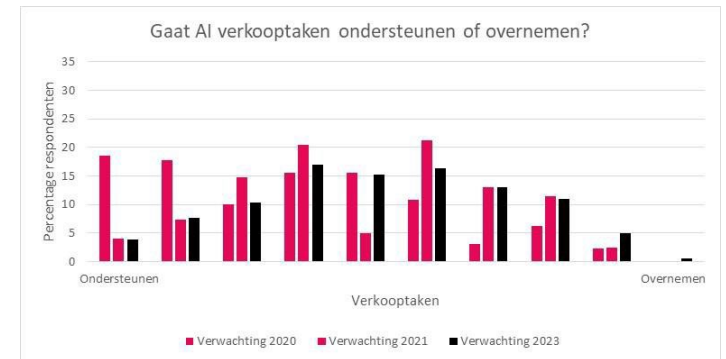


Abbildung 1: Erwartungen an KI bei Vertriebsaufgaben.

Arbeiten mit KI im Vertrieb

Haben Sie Fragen zur Studie oder möchten weitere Informationen zum Thema KI im Vertrieb erhalten?

Dann nehmen Sie gerne Kontakt mit uns auf!

David Kirchmann, david.kirchmann@mercuri.net



Quellen

Larsson-Broman, H., & Siljerud, P. (o.D.). *Ai-powered Verkaufsbericht*. Mercuri. Abgerufen am 2. September 2024, von <https://mercuri.de/ki-alles-was-sie-wissen-muessen/#downloadreportsales>

Paschen, J., Wilson, M., & Ferreira, J. J. (2020). Kollaborative Intelligenz: Wie menschliche und künstliche Intelligenz entlang des B2B-Verkaufstrichters Wert schaffen. *Business . Horizonte*, 63(3), 403-414.

Renkema, S., Feijen, J., & Lans, T. (2024). Meister der Evolution: Wie die "Verbindungsfunktion" von B2B-Verkaufsprofis sicherstellt, dass sie relevant bleiben. *Holland Management Review*, 210.